

**KEKALAHAN INCUMBENT DALAM PEMILIHAN PENGHULU DI
KEPENGHULUAN SEKELADI KECAMATAN TANAH PUTIH KABUPATEN
ROKAN HILIR**

Oleh : Muhammad Abdul hadi

Pembimbing : Drs. H. Ishak, M.Si

Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Program Studi S1 Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Selection of Penghulu carried out simultaneously and surging throughout kepenghuluan in the region Rokan Hilir district. pemerilan pemilu here means the election of the village head where the village rokan hilir called the village with kepenghuluan and village chief called penghulu this is based on the efforts of the district government in order not to loss of unidirectional value for the society rokan downstream.

The author conducted a research background on the election conducted in kepenghuluan sekeladi where in followed by five candidates, where each candidate to get a sound that is almost balanced there is only one candidate who get very low when compared with other candidates. Candidates who get a very low vote earning here is an incumbent candidate. This is what makes us as the authors want to conduct research to cause low incumbent candidate votes in the selection of penghulu.

This study we as the authors review with two indicators of voter behavior and political marketing (strategy kompanye). Choosing Behavior Simply defined as the decision of a voter to vote for a candidate or a particular in the election. While Political Marketing is a political campaign strategy to form a certain set of political meanings in the minds of the voters.

This research uses "multiple method" that is merging between quantitative and qualitative methods, in this case is the spread of questionnaires and interviews. Types of research data are primary data and secondary data, Data collection techniques used are questionnaires and interviews, Data analysis techniques used in this study using quantitative descriptive methods Data analysis techniques in this study is also reinforced by qualitative data.

The results show that incumbent candidate is seen from the aspect of voter behavior and kompaye strategy has not been able to influence society to choose it. This is seen from the variable and indicator that the author set when doing research dikepenghuluan sekeladi.

Keywords: Selection of Penghulu, Voter Behavior, Political Marketing (Strategy Kompanye)

PENDAHULUAN

Berdasarkan sejarah masyarakat melayu pada awalnya hidup berkelompok menurut asal keturunan yang mereka sebut dengan suku. Kelompok keturunan ini memakai garis hubungan kekerabatan yang patrilineal sifatnya. Tetapi orang melayu Riau yang tinggal didaratan Sumatra sebagian menganut paham suku yang matrilineal, ada pula yang menyebut suku dengan hiduk atau cikikal bakal. Setiap suku dipimpin oleh seorang penghulu. Penghulu adalah pemangku adat yang bertugas menjalankan berlakunya hukum adat dan menjalankan pemerintahan. Kalau suku itu berdiam disebuah kampung maka penghulu langsung pula menjadi datuk penghulu kampung atau kepala kampung. Setiap penghulu dibantu oleh beberapa tokoh seperti batin, jenang tua-tua dan monti. Dibiidang keagamaan dikenal pemimpin seperti imam dan khotip. Dimana pemerintahan yang dilakukan penghulu ini bersasarkan hukum adat. Dapat disimpulkan bahwa demokrasi pada zaman itu telah ada namun masih bersifat subtansial yaitu menekankan demokrasi sebagai suatu nilai-nilai budaya yang memungkinkan rakyat bisa memiliki kedaulatan dalam arti yang sesungguhnya. Beberapa niai hakiki demokrasi adalah seperti kebebasan, budaya menghormati hak dan kebebasan orang lain, adanya pluralism budaya, adanya toleransi, anti kekerasan, dll.

Selama pemerintahan Orde Baru, kesatuan masyarakat hukum adat yang beragam yang sebagai mana dituangkan dalam penjelasan pasal 18 UUD 1945. Pada masa ini diseragamkan melalui undang-undang no 5 tahun 79 tentang pemerintahan desa. Akibatnya sebaian besar kesatuan masyarakat hukum adat yang mati suri karena pada masa Orde baru, rezim yang

berkuasa telah melakukan sentralisasi politik untuk menyesuaikan dengan UU tersebut, akibatnya penyeragaman itu justru menimbulkan dampak negatif karena dengan sistem pemerintah desa yang seragam berdasarkan pola desa di jawa, kepada masyarakat diperkenalkan suatu sistem baru beserta lembaga-lembaganya, sebelumnya belum dikenal oleh masyarakat. Selanjutnya pasal 5 ayat 1 undang-undang no 5 tahun 1979 menyatakan tentang “kepala Desa dipilih secara langsung, umum, bebas dan rahasia oleh penduduk Desa Warganegara Indonesia yang telah berumur sekurang-kurangnya 17 (tujuh belas) tahun atau telah/pernah kawin”. Dapat disimpulkan bahwa demokrasi pada masa itu bersifat procedural yaitu demokrasi merupakan system yang di tegakkan oleh prosedur-prosedur formal yang memungkinkan budaya demokrsai itu berjalan. Aspek procedural demokrasi itu mencakup adanya pemilu yang bebas dan adil.

Runtuhnya orde baru akibat tuntutan Reformasi disegala bidang telah mengakibatkan perubahan yang tidak dapat dihindari dan harus diterima. Disisi lain peralihan dari era orde baru ke era reformasi membawa dampak pada perubahan dari berbagai segi kehidupan, dimana pada pemerintahan orde baru pemerintah memainkan peran tunggal dalam perencanaan pembangunan, yang dalam proses perencanaannya lebih ditentukan dari atas (top-down) atau sentralistik dengan gaya kepemimpinan yang otoriter. Banyak program pemerintah pada saat itu tidak berjalan dengan baik dikarenakan pemerintah tidak mengetahui bagaimana kondisi yang terjadi di daerah. Hal ini terjadi karena pemerintahan yang sentralistik tidak dapat mewujudkan tuntutan perkembangan masyarakat di daerah..

Disamping kondisi semacam ini maka adanya tuntutan reformasi dan ketidakpuasan daerah terhadap sistem sentralisasi pada masa orde baru memaksa pemerintahan transisional habibi untuk lebih memberikan kekuasaan kepada pihak daerah maka munculnya Undang-Undang 22 tahun 1999 otonomi daerah. bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada masa Orde Baru. Menurut UU tersebut mengenai pemerintah desa, yang dimaksud desa adalah desa atau yang disebut dengan nama lain sebagai suatu kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan hak asal usul yang bersifat istimewa, sebagai mana dimaksud dalam penjelasan pasal 18 Undang-Undang Dasar 1945. Pada UU ini juga dijelaskan tentang peraturan kewenangan desa terhadap otonomi desa, yakni pengaturan kewenangan desa yang diatur dalam pasal 99 menegaskan “kewenangan desa mencakup: a. kewenangan yang sudah ada berdasarkan hak asal usul desa ; b. kewenangan yang oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku belum berdasarkan oleh daerah dan pemerintah; c. tugas pembantu dari pemerintah , pemerintah provinsi/atau pemerintah kabupaten.”

Sejalan dengan perkembangannya Kabupaten Rokan Hilir yang kala itu merupakan kabupaten baru, dalam proses membuat susunan atau struktur pemerintahan yang administratif yang dasari oleh undang undang-undang 22 tahun 1999 tentang Otonomi daerah dimana daerah berhak mengatur daerahnya sendiri, berlandaskan undang-undang tersebut Pemerintah kabupaten Rokan Hilir menyebut pemerintahan desa dengan sebutan Kepenghuluan dan kepala desa dengan penghulu. jadi tidak ada bedanya

desa dengan kepenghuluan hanya saja penyebutan beda begitu juga dengan kepala desa dengan penghulu namun tata cara pelaksanaan pemerintahannya sama. Selanjutnya dalam tulisan ini kata desa menggunakan kepenghuluan dan kepala desa menggunakan kata penghulu. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Rokan Hilir Nomor 9 Tahun 2015 pada Bab I Pasal 1 ayat 7 yang berbunyi Kepenghuluan adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada Ayat 8 berbunyi Pemerintahan Kepenghuluan adalah penyelenggaran urusan pemerintahan oleh pemerintah kepenghuluan dan Badan Permusyawaratan Kepenghuluan (BPK) dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada Ayat 9 berbunyi penghulu adalah pejabat pemerintah kepenghuluan yang mempunyai wewenang tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga kepenghuluan dan melaksanakan tugas dari pemerintah dan pemerintah daerah.

Setelah diterbitkan undang-undang no 6 tahun 2014 tentang desa serta pp no 43 tentang pelaksanaan UU tersebut. dimana uu menjelaskan bagaimana proses proses pemilihan, pengkatan, pemberhentian kepala desa. Atas dasar itu Pemerintah kabupaten Rokan Hilir membuat perda no 9 tahun 2015 dengan

tujuan untuk memperjelas undang-undang tersebut.

Berdasarkan peraturan daerah kabupaten Rokan Hilir pasal 2 ayat 1 no 9 tahun 2015 “Pemilihan Penghulu dilaksanakan secara serentak dan bergelombang diseluruh kepenghuluan di wilayah kabupaten Rokan Hilir.”.

Kabupaten Rokan Hilir termasuk salah satu kabupaten yang melaksanakan pemilihan (kepala desa) serentak yang dilaksanakan pada tanggal 30 Juni 2016 yang diikuti sebanyak 64 Kepenghuluan. Adapun kepenghuluan yang melaksanakan Pemilihan Penghulu serentak .

Bedasarkan data diatas di Kecamatan Tanah Putih Pemilihan Penghulu secara serentak antara lain sekeladi, sintong bakti, sintong makmur, sintong pusako, menggala teladan, ujung tanjung.

Keadaan kepenghuluan sekeladi menunjukkan bahwa proses Pemilihan Penghulu serentak Kecamatan tanah putih Kabupaten Rokan Hilir merupakan proses yang boleh dibilang cukup menarik untuk dicermati, terutama berkaitan dengan jumlah calon yang mengikuti dan di ikuti juga oleh inkumben dan perolehan suara setelah dilakukan pungutan suara, sebagai mana table dibawah ini:

Tabel
Hasil Perolehan Suara Pemilihan
Penghulu Serentak

Sumber data: Panitia Pemilihan Penghulu Sekeladi 2016

NO	NAMA CALON	TOTAL
1	ASRUL, SPd	368
2	MURNI	14
3	NASRUL	227
4	JUFRIZAL	377
5	JONI EFENDI	492
	TOTAL	1.478

Dari hasil perolehan suara tersebut pelaksanaan Pemilihan Penghulu berdasarkan jumlah pemilih yang terdaftar 1.880, jumlah surat suara yang digunakan DPT 1.498 , jumlah surat suara yang tidak digunakan DPT 314. Namun berdasarkan jumlah suara yang digunakan surat suara yang sah 1.478, jumlah surat suara yang tidak sah 20.

Dari hasil perolehan suara dalam Pemilihan Penghulu di kepenghuluan sekeladi Asrul memperoleh suara 24,89%, murni memperoleh suara 0,94%, Nasrul memperoleh suara 15,36% jufrizal memperoleh suara 25,50%, dan joni effendi memperoleh suara 33,29%. Dari urain perolehan suara di atas cukup merata tetapi yang sangat menyedihkan sang calon petahana (Murni) mendapatkan suara kurang dari 1%.

Dengan perolehan suara yang sangat rendah dibandingkan dengan calon lain seharusnya calon incumbent mendapat suara dari orang terdekatnya seperti keluarga, RT, RW, Kepala dusun, dan pegawai kepenghuluan. Untuk diketahui jumlah RT 22 RW 12 kepala dusun 3 serat perangkat kepenghuluan 12.

Berdasarkan uraian diatas penulis berkeinginan dan tertarik untuk mendalami lebih jauh tentang penyebab rendahnya perolehan suara dari salah satu calon yaitu inkumbent pada Pemilihan Penghulu

serentak di kepenghuluan sekeladi tahun 2016 seperti yang telah paparkan diatas, maka penulis mengggkat judul penelitian yaitu : Rendahnya Perolehan Suara Petahana Pada Pemilahan Penghulu Serentak Tahun 2016 Di Kepenghuluan Sekeladi Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hiir.

Rumusan masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang dimana Pemilihan Penghulu sekeladi kecamatan tanah putih kabupaten Rokan Hilir dilakukan dengan cara demokratis, azaz langsung umum, bebas, rahasia, jujur dan adil oleh masyarakat, dan ini menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai kesempatan untuk memilih dan menentukan siapa penghulu yang di inginkannya. Dalam suatu pemilihan seperti Pemilihan Penghulu sekeladi kecamatan tanah putih kabupaten Rokan Hilir. Perolehan suara Murni tergolong sangat rendah dibandingkan dengan 4 calon lainnya..

Berdasarkan keterangan diatas pertanyaan penelitian yang di ajukan adalah: Mengapa Incumbent Kalah Dalam Pemilihan Penghulu Di Kepenghuluan Sekeladi Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir 2016.

Kerangka Teori

1. Teori Perilaku Pemilih (Voting Behavior)

Perilaku Memilih Secara sederhana bisa didefinisikan sebagai keputusan seorang pemilih dalam memberikan suara kepada kandidat atau tertentu dalam pemilihan. Penggunaan hak pilih ini tentunya dilakukan dengan mempertimbangkan aspek jurdil dan luber. Langsung berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya secara langsung dan

tidak boleh diwakilkan. Umum berarti pemilihan umum dapat diikuti seluruh warga negara yang sudah memiliki hak menggunakan suara. Bebas berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya memiliki hak menggunakan suara. Bebas berarti pemilih diharuskan memberikan suaranya tanpa ada paksaan dari pihak manapun, kemudian Rahasia berarti suara yang diberikan oleh pemilih bersifat rahasia hanya diketahui oleh si pemilih itu sendiri.

Pengklasifikasian pendekatan untuk melihat perilaku pemilih dikemukakan oleh Adman Nursal (2004:54), secara umum terbagi atas beberapa pendekatan yakni pendekatan sosiologis disebut sebagai Mazhab Columbia (The Columbia of Electoral Behavioral), pendekatan psikologis disebut sebagai Mazhab Michigan (The Michigan Survey Research Center) dan pendekatan rasional serta pendekatan domain kognitif (pendekatan marketing) .

a. Pendekatan Sosiologis (Mazhab Columbia)

Pendekatan sosiologis pada dasarnya menjelaskan bahwa karakteristik sosial dan pengelompokkan sosial -usia, jenis kelamin, agama, pekerjaan, latar belakang keluarga, kegiatan-kegiatan dalam kelompok formal dan informal dan lainnyamempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam pembentukan perilaku pemilih.

b. Pendekatan Psikologis (Mazhab Michigan)

Pendekatan Psikologis yaitu pendekatan yang melihat perilaku pemilih sebagai bentukan dari proses sosialisasi yang melahirkan ikatan emosional (identifikasi) yang

mengarahkan tindakan politik seseorang dalam suatu pemilihan.

c. Pendekatan Rasional (Ekonomis)

Pendekatan rasional merupakan pendekatan yang melihat bahwa pilihan pemilih adalah keputusan rasional pemilih dimana yang dipertimbangkan adalah Orientasi Visi, Orientasi Kandidat program yang ditawarkan.

2. Political Marketing

Political Marketing adalah strategi kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu dalam pikiran para pemilih.

a. Pemasaran Langsung Kepada Calon Pemilih (Push Political Marketing)

Push Political Marketing merupakan pemasaran produk politik secara langsung ke calon pemilih.

b. Pemasaran Melalui Media (Pull Political Marketing)

Pull Political Marketing adalah strategi yang paling banyak digunakan oleh partai dan kandidat.

c. Pemasaran Melalui Tokoh, Kelompok atau Organisasi Berpengaruh (Pass Political Marketing)

Pass political marketing adalah penyampaian pesan dilakukan melalui individu, kelompok atau organisasi yang mempunyai pengaruh.

Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Populasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kepenghuluan sekaldi yang terdaftar di DPT pada saat pemilihan penghulu serentak tahun 2016 yang berjumlah 1.880 pemilih.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* yaitu *random sampling* atau sampel acak. Kemudian jumlah sampel dapat diketahui dengan menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Sampel 1 = Konstanta

N = Populasi

e² = Tingkat eror data

Dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% maka dapat diperoleh sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1880}{1 + 1880 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1880}{1 + (1880 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{1880}{19,8}$$

$$= 94,94 \text{ dibulatkan } 94$$

Setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk diambil menjadi sampel dengan rumus sebagai berikut:

ni : jumlah sampel

n : jumlah sample seluruhnya

Ni : jumlah populasi

N : jumlah populasi seluruhnya

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan format. Langkah-langkah yang dilakukan ialah menyusun angket, menyebarkan angket pada responden, menganalisa hasil angket dan Tabulasi data atau memasukkan data ke dalam tabel-tabel yang telah disediakan dengan frekuensi dari masing-masing data yang di olah. Kemudian dilakukan analisis data kuantitatif *univariat*, dimana jenis analisa data ini dilakukan terhadap penelitian deskriptif dengan menggunakan statistik deskriptif. Hasil perhitungan statistik tersebut nantinya merupakan dasar perhitungan selanjutnya. Analisis *univariat* dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi dan persentase dari variabel dependen dan independen. Analisis univariat disajikan dalam bentuk tabel yang disertai dengan narasi singkat.

Teknik analisis data dalam penelitian ini juga diperkuat dengan data kualitatif yaitu wawancara yang dilakukan dilokasi penelitian untuk mendapat gambaran secara utuh tingginya jumlah masyarakat yang tidak memilih pada pemilihan penghulu. Proses analisis dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber seperti dokumentasi dan wawancara. Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, maka penulis memilihnya menurut jenis data yang diperoleh dan berusaha mengumpulkan teori yang dipakai dengan fenomena sosial yang ada, serta menelusuri fakta yang berhubungan dengan fakta penelitian.

Hasil penelitian

Faktor Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Incumbent.

Penyebab masyarakat kepenghuluan sekeladi tidak memilih inkabent pada Pemilihan penghulu terdapat beberapa penyebab utama yaitu masyarakat tidak memilih inkabent disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya perilaku pemilih dan political marketing. Perilaku pemilih terbagi terbagi menjadi lima faktor yaitu faktor structuralfaktor sosiologis,faktor psikologis, faktor pemilih rasional dan faktor political marketing terbagi tiga faktor yaitu faktor push marketing, faktor pull marketing, faktor pass marketing .hasil penelitian yang telah penulis lakukan di kepenghuluan sekeladi dengan cara menyebarkan angket/kuesioner pada 94 responden.

Perilaku Pemilih

1. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis cenderung menempatkan kegiatan memilih dalam kaitan konteks social. Sejatinnya pilihan seseorang dalam pemilihan tergantung latar belakang social, seperti jenis kelamin, tempat tinggal, pekerjaan, penddikan, kelas, pendapatan dan agama. Faktor ini turut berperan dalam menentukan pilihan masyarakat. Hal ini dibuktikan sebanyak 1880 dpt yang terdaftar memiliki latarbekang social yang berbeda beda. Dalam penelitian ini memfokuskan pada dua indicator yaitu Agama dan pendidikan sebagai mana ditampilkan ditable dibawah ini;

a. Panutan agama

Panutan bidang agama disini maksudnya adalah seseorang yang di jadikan contoh dan teladan yang baik bagi masyarakat dalam kehidupan beragama.

Untuk itu seorang pemimpin harus bisa menjadi teladan dan contoh bagi masyarakatnya dalam melakukan kehidupan beragama.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang agama maka didapat 80 responden menjawab tidak dan 15 responden menjawab ya, atau 84% menjawab tidak dan 16% menjawab ya. Jadi dapat disimpulkan bahwa calon incumbent tidak dapat menjadi panutan dalam kehidupan beragama. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara diatas calon incumbent belum dapat dijadikan panutan di bidang agama.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan ini maksudnya adalah pendidikan terakhir calon incumbent apakah mampu mempengaruhi pemilih untuk memilihnya.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang agama maka didapat 84 responden menjawab tidak dan 10 responden menjawab ya, atau dihitung dalam persentase 89% menjawab tidak dan 11% menjawab ya. Jadi dapat disimpulkan bahwa calon incumbent tidak dapat menjadi panutan dalam latar belakang pendidikan.

Hasil penyebaran kuesioner di kepenghuluan Sekeladi 89% responden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir rata-rata menjawab calon incumbent dari segi pendidikan rata-rata informen belum memadai. Jadi, Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara diatas calon incumbent dilihat dari segi pendidikan belum dapat memadai.

Secara keseluruhan, hasil jawaban responden untuk faktor sosialisasi dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel
Rekapitulasi Jawaban Responden
Untuk Faktor sosiologi

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Panutan bidang Agama	15	79
2.	Pendidikan	10	84
Total/2		12,5	81,5
Persentase		13 %	87 %

Sumber: Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara pada variable sosiologis di indicator agama dan pendidikan 13 % menjawab ya dan 87% menjawab tidak. Artinya hanya 13% pemilih terpengaruh terhadap agama dan pendidikan calon incumbent. Sedangkan 86% pemilih tidak terpengaruh terhadap panutan bidang agama dan tingkat pendidikan. Sehingga variable pendekatan sosiologis ini disimpulkan merupakan variable ini berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

2. Faktor Psikologis

faktor psikologis menekankan pada tiga pokok psikologis sebagai kajian utama yaitu ikatan emosional pada suatu partai, terhadap isu-isu dan terhadap kandidat. Pendekatan ini dilandasi oleh konsep sikap dan sosialisasi, sikap seseorang sangat mempengaruhi perilaku politiknya, sikap itu terbentuk melalui sosialisasi yang berlangsung lama. Seorang calon pemilih telah menerima pengaruh politik dari orang tua dan

keluarga dari seorang calon pemilih sejak kecil, baik dari komunikasi langsung maupun dari pandangan politik yang ditampilkan didalam keluarganya. Dalam hal ini penulis untuk membahas faktor psikologis membagi faktor psikologis menjadi dua faktor; pertemuan dan penampilan.

a. Pertemuan

Pertemuan yang dimaksud disini adalah dalam kehidupan sehari-hari calon incumbent apakah calon incumbent berinteraksi dengan masyarakat secara langsung agar memilihnya.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang pertemuan maka didapat 87 responden menjawab tidak dan 7 responden menjawab ya, atau dihitung dalam persentase 93% menjawab tidak dan 7% menjawab ya. Jadi dapat disimpulkan bahwa calon incumbent dalam melakukan pertemuan dengan pemilih tidak dapat mempengaruhi calon pemilih. Hal ini juga diperkuat oleh beberapa hasil wawancara penulis dengan informan.

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara diatas calon incumbent saat pertemuan atau berjumpa dengan masyarakat belum mampu untuk mempengaruhi agar memilihnya.

b. Penampilan

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang penampilan calon incumbent maka didapat 78 responden menjawab tidak dan 16 responden menjawab ya, atau dihitung dalam persentase 83% menjawab tidak dan 17% menjawab ya. Jadi dapat disimpulkan

bahwa penampilan calon incumbent tidak dapat menjamin mendapatkan suara dari masyarakat walaupun masih ada yang meyakinkan. Hal ini juga diperkuat oleh beberapa hasil wawancara penulis dengan informan.

Hasil persebaran kuesioner di kepenghuluan Sekeladi 83 responden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir sebagian menjawab calon incumbent dilihat dari penampilan belum mampu meyakinkan pemilih untuk memilih nya. Hal ini juga diperkuat oleh beberapa hasil wawancara penulis dengan informan.

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penampilan calon incumbent tidak bisa meyakinkan pemilih untuk memilihnya.

Secara keseluruhan, hasil jawaban responden untuk faktor psikologis dirangkum dalam tabel berikut

Tabel
Rekapitulasi Jawaban Responden
Untuk Faktor psikologis

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Pertemuan	7	87
2.	Penampilan	16	78
Total/2		11,5	82,5
Persentase		12%	88%

Sumber: Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara pada variable psikologis di indicator pertemuan dan penampilan 11,5 menjawab ya dan 82,5 menjawab tidak.

Artinya hanya 12% pemilih terpengaruh terhadap pertemuan dan penampilan. Sedangkan 88 % pemilih tidak terpengaruh terhadap pertemuan dan penampilan. Sehingga variable ini merupakan variable ini yang paling berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

3. Faktor Pemilih Rasional

Faktor rasional melihat kegiatan memilih sebagai produk kalkulasi untung dan rugi. Yang dipertimbangkan tidak hanya “ongkos” memilih dan kemungkinan suaranya dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan, tetapi ini digunakan pemilih dan kandidat yang hendak mencalonkan diri untuk terpilih sebagai wakil rakyat atau pejabat pemerintah. Bagi pemilih, pertimbangan untung dan rugi digunakan untuk membuat keputusan tentang partai atau kandidat yang dipilih, terutama untuk membuat keputusan apakah ikut memilih atau tidak ikut memilih. Dalam hal ini penulis untuk membahas faktor rasional menjadi dua faktor; program incumbent dan pengalaman.

a. Program incumbent

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang program yang ditawarkan maka didapat 40 responden menjawab ya dan 54 responden menjawab tidak , atau dihitung dalam persentase 43% menjawab tidak dan 57% menjawab ya. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan

Jadi dapat disimpulkan bahwa program yang ditawarkan calon incumbent sebagian besar tidak pahami atau di setuju oleh pemilih walaupun program ini telah

banyak disetujui dan dipahami oleh pemilih.

b. Pengalaman

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang pengalaman maka didapat 60 responden menjawab tidak dan 34 responden menjawab ya , atau dihitung dalam persentase 36% menjawab ya dan 64% menjawab tidak.. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan

Hasil pesebaran kuesiner di kepenghuluan Sekeladi 60 respoden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir sebagian menjawab, calon incumbent pengalaman mampu meyakinkan pemilih untuk memilih nya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengalaman calon incumbent belum dapat meyakinkan pemilih walaupun sebagian kecil pengalaman tersebut sudah meyakinkan pemilih Secara keseluruhan, hasil jawaban responden untuk faktor rasional dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel
Rekapitulasi Jawaban Responden
Untuk Faktor rasioanal

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Program	40	54
2.	Pengalaman	34	60
Total/2		37	57
Persentase		39 %	61 %

Sumber: Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat variable rasional di indicator program dan pengalaman 37menjawab ya dan 57 menjawab tidak.

Artinya 39% pemilih terpengaruh terhadap program dan pengalaman. Sedangkan 61% pemilih tidak terpengaruh terhadap pertemuan dan penamilan. Sehingga variable ini merupakan variable ini yang berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

Political Marketing (Strategi Kompanye)

1. Strategi Push Marketing

pada dasarnya adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung atau dengan cara lebih *contomized* (personal). Untuk mempermudah faktor ini penulis membagi menjadi 2 indikator; kompanye dan iklan.

a. Kompanye Langsung

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang kompanye maka didapat 24 responden menjawab ya dan 70 responden menjawab tidak, atau dihitung dalam persentase 26 % menjawab ya dan 74% menjawab tidak. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kompanye yang dilakukan calon incumbent belum dapat menarik perhatian pemilih pemilih. walaupun sebahagian sudah ada yang sudah tertarik.

b. Iklan

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang iklan maka didapat 24 responden menjawab ya dan 71 responden menjawab tidak, atau dihitung dalam persentase 26 % menjawab ya dan 74% menjawab tidak. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan. Jadi dapat disimpulkan bahwa

iklan belum dapat menarik perhatian para pemilih walaupun sebagian telah menarik perhatian.

Secara keseluruhan, hasil jawaban responden untuk strategi push marketing dirangkum dalam table di bawah ini.

Table III.15
Rekapitulasi Jawaban Responden
Untuk Faktor push marketing

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Kompanye	24	70
2.	Iklan	24	70
Total/2		24	70
Persentase		26%	74%

Sumber : Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner pada variable push marketing di indicator kompanye dan iklan 24 menjawab ya dan 70 menjawab tidak. Artinya 26%, pemilih terpengaruh terhadap kompanye dan iklan. Sedangkan 74,5 % pemilih tidak terpengaruh terhadap kompanye dan iklan. Sehingga variable ini merupakan variable ini yang berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

2. Strategi Pull Marketing

Pendekatan *pull marketing* yaitu membayar dan tanpa membayar, pendekatan ini sangat berperan dalam pembentukan citra dari para kontestan. strategi pull marketing terbagi menjadi 2 indikator melalui Koran dan pesan singkat.

a. Media cetak Koran

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indicator pertanyaan tentang calon incumbent menawarkan program kerja

melalui media cetak maka didapat 32 responden menjawab ya dan 62 responden menjawab tidak , atau dihitung dalam persentase 34 % menjawab ya dan 66% menjawab tidak . Hal ini juga diperkuat oleh beberapa hasil wawancara penulis dengan informan.

Hasil persebaran kuesioner di kepenghuluan Sekeladi 62 responden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir sebagian menjawab, media cetak yang digunakan calon incumbent pengalaman mampu meyakinkan pemilih untuk memilih nya. Jadi dapat disimpulkan bahwa media cetak belum dapat mempengaruhi pemilih walaupun sebahagian telah terpengaruh

b. Media elektronik (pesan singkat melalui hp)

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indikator pertanyaan tentang pesan singkat kepada pemilih maka didapat 40 responden menjawab ya dan 54 responden menjawab tidak , atau dihitung dalam persentase 42% menjawab ya dan 58% menjawab tidak. Hal ini juga diperkuat oleh berapa wawancara penulis lakukan

Jadi dapat disimpulkan bahwa media elektronik yang digunakan calon incumbent belum berhasil sepenuhnya mempengaruhi pemilih, walaupun sebagian besar telah dapat dipengaruhi. Secara keseluruhan, hasil jawaban responden untuk faktor pull marketing dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel

Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Faktor pull marketing

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Media cetak	32	62
2.	Media elektronik	40	54
Total/2		36	58
Persentase		38%	62%

Sumber : Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner pada variable pull marketing di indikator media cetak dan media elektronik 36 menjawab ya dan 58 menjawab tidak. Artinya 38% pemilih terpengaruh terhadap media cetak dan media elektronik. Sedangkan 62% pemilih tidak terpengaruh terhadap media cetak dan media elektronik. Sehingga variable ini merupakan variable yang berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

3. Strategi Pass marketing

Pass marketing menjadi lebih kompleks karena adanya pihak-pihak, baik itu perorangan maupun kelompok, yang berpengaruh besar terhadap pemilih. Pihak-pihak yang berpengaruh disebut juga dengan *influencer*, dan *influencer* dibedakan menjadi dua yaitu *influencer aktif* dan *influencer pasif*. *Influencer aktif* adalah kelompok yang ikut aktif mempengaruhi pemilih dengan menggunakan isu-isu yang menguntungkan partainya atau kandidatnya, sedangkan *Influencer pasif* adalah kelompok atau individu yang tidak ikut mempengaruhi pemilih secara aktif akan tetapi menjadi panutan pemilih didalam pemilihan dan menentukan pilihan didalam pemilihan. Faktor ini menurut

penulis terbagi menjadi 2 indikator : tim sukses dan keluarga.

a. Tim sukses

Hasil persebaran kuesiner di kepenghuluan Sekeladi 56 responden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir sebagian menjawab, tim sukses calon incumbent belum mampu meyakinkan pemilih untuk memilih nya. Jadi dapat disimpulkan bahwa tim sukses calon incumbent telah bekerja secara maksimal namun tidak sepenuhnya berhasil walaupun sebagian besar timsukses ini telah bekerja .

b. Keluarga

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada para responden dengan indikator pertanyaan tentang peran keluarga kepada pemilih maka didapat 42 responden menjawab ya dan 52 responden menjawab tidak , atau dihitung dalam persentase 45% menjawab ya dan 55% menjawab tidak. Hal ini juga diperkuat oleh beberapa hasil wawancara penulis dengan informan.

Hasil persebaran kuesiner di kepenghuluan Sekeladi 52 responden menjawab tidak dan wawancara yang dilakukan kepada narasumber hampir sebagian menjawab, keluarga calon incumbent belum mampu meyakinkan pemilih untuk memilih nya. Jadi dapat disimpulkan bahwa keluarga calon incumbent telah berusaha untuk mempengaruhi pemilih namun hasilnya belum maksimal.

Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Faktor pass marketing

No	Alasan Tidak memilih	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Tim sukses	38	56
2.	Keluarga	42	52
Total/2		40	54
Persentase		43%	57%

Sumber : Data Hasil Olahan

Dari hasil penyebaran kuesioner pada variable pass marketing di indikator tim sukses dan keluarga 40 menjawab ya dan 54 menjawab tidak. Dalam bentuk persentase 43% pemilih terpengaruh terhadap tim sukses dan keluarga . Sedangkan 57% pemilih tidak terpengaruh terhadap tim sukses dan keluarga. Sehingga variable ini merupakan variable ini yang berpengaruh terhadap rendahnya perolehan suara calon incumbent.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan faktor-faktor yang mempengaruhi calon incumbent tidak dipilih oleh masyarakat terhadap rendahnya perolehan suara incumbent adalah perilaku pemilih dan strategi kampanye.

Mayoritas masyarakat tidak memilih calon incumbent pada pemilihan penghulu dari pendekatan paling berpengaruh terhadap perolehan suara adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan psikologis, berdasarkan indikator pertemuan dan penampilan.
2. Pendekatan sosiologis berdasarkan indikator agama dan pendidikan

Tabel

3. Pendekatan pemilih rasional berdasarkan indikator program dan pengalaman.

Berdasarkan strategi yang dilakukan calon incumbent dalam usaha untuk mempengaruhi pemilih untuk memilihnya dari yang berpengaruh belum maksimal adalah:

1. Strategi push marketing berdasarkan indikator kampanye langsung dan iklan.
2. Strategi pull marketing berdasarkan indikator media cetak dan media elektronik (pesan singkat melalui hp).
3. Strategi pass marketing berdasarkan indikator tim sukses dan keluarga.

Daftar Pustaka

Buku:

- Asfar, Muhammad. 2006. *Pemilu dan Perilaku Memilih*. Surabaya : Pustaka Euruka
- Andreanis Tony Pito. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Nusa indah.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Depdikbud, 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Huda Ni'matul (2015) *Hukum Pemerintahan Desa*. Malang: setara Press
- Meleong, Lexy J, 2008, *Metodelogi Penelitian kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Grialia Indonesia

Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing : Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Suarsono Muhammad.2012. *Startegi Pemerintahan Manajemen Organisasi Publik*. Jakarta: Erlangga

Sunarsono Siswanto,2005. *Hukum Pemerintahan Daerah Indonesia*. Jakarta.Sinar Grafika.

Surbakti Ramlam.2010. “*Memahami Ilmu Politik*” Grasindo: Jakarta

Widjaja, Haw. 2012. *Otonomi Desa Merupakan Otonomi Yang Asli, Bulat, Dan Utuh*. Jakarta: Rajawali Pers.

Skripsi/ Tesis/ Jurnal :

- Adrian , Jhon Nefi. 2016. *Perilaku Tidak Memilih Masyarakat Pada Pemilihan Kepala Desa Serentak Tahun 2015 Di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*.Pekanbaru : Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan , Universitas Riau.
- Ahmadi, Wuwung; 2016. *Faktor yang mempengaruhi orientasi pemilih memilih nomor urut 1 pada*

pemilhan umum anggota dewan Perwakilan rakyat Daerah Tahun 2014. Pekanbaru :Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan , Universitas Riau.

Melani, Indar; 2014. *Perilaku Pemilih Pemula Di Kecamatan Duampanua Pada Pemilukada Kabupaten Pinrang Tahun 2013.* Makasar Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Hasanudin Makassar.

Nisyak, Julia Hafizatun; 2016. *Perilaku Memilih Masyarakat Kepenghuluhan Sungai Segajah makmur Pada Pemilukada Tahun 2015.* Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Riau.

Nurdiana, 2015. *Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Gubernur Riau Tahun 2013 Putaran Kedua di Kecamatan Tenayan Raya,* Pekanbaru: Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Riau.

Purba, Chip Chexk ; 2017 *Dua Faktor Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Kepala Daerah Pelalawan Tahun 2015 Di Kecamatan Bandar Petalangan (Studi Kasus Desa Lubuk Keranji Timur Dan Desa Kuala Semundam).* Pekanbaru Skripsi Program Studi Ilmu Pemerintahan , Universitas Riau.

Wicaksono, Adhi Putra; 2009. *Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Kepala Daerah Langsung.* Tesis Pasca Sajana Universitas Diponegoro.

Peraturan Perundang –Undangan:

Undang- undang Nomor 6 Tahun 2014
Tentang Desa

Peraturan Pemerintah Nomor 43 tahun
2014 tentang

Peraturan Daerah Kabupaten Rokan Hilir
Nomor 9 tahun 2015 tentang
pemilihan pengangkatan dan
pemberhentian penghulu

Peraturan Bupati Rokan Hilir Nomor
nomor 2 tahun 2015 tentang
penetapan Tim Monitoring,
Tim Skretariat dan Tim
Keamanan pemilihan penghulu
serentak kabupaten Rokan Hilir
tahap pertama